DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (OGR-PUBLI)
ASIGNATURA : Prácticas Externas I (3098)
TIPO DE ASIGNATURA : Práctica
MODALIDAD : Virtual
CURSO ACADÉMICO: 2026-2027
GRUPO: 2627-O1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Prácticas Externas (PE)
ECTS: 6,0
CURSO: 3º
TEMPORALIDAD: 2º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: LAURA MARÍA VÁZQUEZ VIAÑO
EMAIL: lmvazquez@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES :

- Licenciado Publicidad y Relaciones Públicas (Doble Premio Extraordinario Fin de Carrera) (Universidad *Vigo*)
- Master universitario: Posgrado en Search y Social Media Marketing- OBS. Universidad de Barcelona.

EXPERIENCIA DOCENTE :

- Cuenta con experiencia de Más de 10 años en docencia universitaria en el nivel del Máster (Diversas universidades y escuelas de negocio)

EXPERIENCIA PROFESIONAL :

- Tiene experiencia en el ámbito profesional de Más de 10 años en el sector Privado (Diversas agencias y consultoras de comunicación, publicidad y marketing)

EXPERIENCIA INVESTIGADORA :

- 4 años (Congresos)

OTROS DATOS CV :

Experiencia docente

Laura Mª Vázquez cuenta con una amplia experiencia como docente en titulaciones de grado y máster en el ámbito de la comunicación, marketing digital y empresas. Ha impartido docencia en universidades y escuelas de negocio como la Universidad Europea Miguel de Cervantes, Universidad Complutense de Madrid, Tech Universidad Tecnológica, IEBS o Galicia Business School, entre otras. Su labor académica incluye docencia en asignaturas vinculadas a estrategia digital, reputación corporativa, gestión de comunidades y marca personal, así como la tutorización de trabajos fin de grado y máster, y la dirección académica de programas en entornos digitales y empresariales. En el ámbito de prácticas externas, es también tutora de las prácticas en empresa de publicidad y del Máster Universitario en Imagen Pública, Dirección de Eventos y Protocolo.

Experiencia profesional

Con más de 18 años de experiencia profesional, Laura Vázquez ha desarrollado su carrera en agencias de prestigio, ocupando puestos de responsabilidad en estrategia digital, social media y marketing digital.

Actualmente, trabaja como Head of Digital Marketing & Strategy en la consultora Torres y Carrera, donde lidera proyectos de transformación digital y posicionamiento online para grandes marcas. Anteriormente fue Head of Social Media y PR Digital en Havas. También ha ejercido como Chief Marketing Officer y Directora de Servicios al Cliente en Roi Scroll, y como Consultora Senior de Comunicación y Social Media en la agencia Best.

Experiencia investigadora

Vázquez ha participado en diversos proyectos de investigación aplicada en el ámbito de la comunicación, el marketing y la influencia social, en colaboración con universidades y entidades del sector, y ha sido ponente en congresos, foros profesionales y jornadas sobre empresas, marketing, comunicación y redes sociales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

GRANDES COMPETENCIAS :

- GC1 - Competencia para la adquisición de las bases y fundamentos de la comunicación. Diagnosticar, analizar, valorar y relacionar el marco de la publicidad y las relaciones públicas desde una perspectiva global proveniente de conocimientos propios de la sociología, las teorías de la publicidad y las relaciones públicas y el análisis del discurso, la historia, el derecho o la economía, y asegurando un ejercicio de la profesión de calidad.
- GC2 - Competencia para la elaboración de géneros publicitarios y de las relaciones públicas y el desempeño de distintos perfiles profesionales. Conocer la evolución de la Publicidad y las Relaciones Públicas, los diferentes mecanismos de actuación , su implicación y proyección social , y las diversas técnicas y estéticas desarrolladas a lo largo de la historia y en la actualidad, adaptándose a los nuevos perfiles profesionales provenientes de la comunicación digital.
- GC3 - Competencia para la competencia digital . Conocer, analizar, criticar y aplicar el potencial digital y sus posibilidades creativas en la difusión y elaboración de contenidos de calidad, la búsqueda de información y las estrategias de colaboración y comunicación.
- GC4 - Competencia para la comunicación corporativa. Conocer, analizar y diseñar estrategias de comunicación para instituciones de todo tipo, asegurando las acciones necesarias para una realización eficaz de los objetivos comunicativos diseñados.
- GC5 - Competencia para la investigación y el diagnóstico. Analizar cualquier fenómeno publicitario desde el contraste de elementos, realidades y desde una perspectiva global para producir crear publicidad de calidad utilizando estrategias y técnicas procedentes de la metodología científica.
- GC6 - Competencia para el emprendimiento y la innovación. Analizar y valorar el entorno empresarial, institucional y de las organizaciones, identificando necesidades de adaptación del mercado comunicativo y oportunidades de innovación; elaborar y liderar estrategias de cambio o emprendimiento, valorando adecuadamente riesgos y fortalezas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE :

El alumno será capaz de:

- CO1.1 - Conocer los principios sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos.
- CO1.2 - Comprender la relación entre las distintas áreas de conocimiento y su vínculo con la publicidad y las relaciones públicas.
- CT1.1 - Desarrollar el sentido de la integridad y ética en la publicidad y relaciones públicas, partiendo del correcto cumplimiento de la normativa legal.
- HD1.1 - Analizar los fenómenos socio-culturales para la producción publicitaria y de relaciones públicas.
- HD1.2 - Aplicar los conocimientos básicos en principios en sociología, economía, historia, políticas, legislación, arte y comunicación en el ejercicio de la profesión de publicidad y relaciones públicas.
- SC1.1 - Intrerpretar los fenómenos sociológicos, económicos, históricos, políticos, jurídicos, artísticos y comunicativos para comprender los hechos actuales y realizar el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas de calidad.
- SC1.2 - Desempeñar las relaciones públicas y publicidad desde una perspectiva global.

- CO2.2 - Conocer e interpretar los diferentes géneros existentes en publicidad y relaciones públicas para el desempeño de los diferentes perfiles profesionales.
- CT2.1 - Desarrollar una alta capacidad de liderazgo y resolución de problemas, con capacidad para ofrecer soluciones creativas en situaciones complejas.
- HD2.1 - Analizar y elaborar géneros y mecanismos propios de la profesión de las relaciones públicas.
- HD2.2 - Elaborar e interpretar propuestas de forma adecuada utilizando las diferentes metodologías propias de la profesión.
- SC2.2 - Elaborar y definir diferentes técnicas propias de la profesión acorde a las necesidades del entorno para cubrir las necesidades del mercado.
- CO3.1 - Conocer los elementos, técnicas y estrategias de la comunicación digital.
- CO3.2 - Comprender el potencial y el contexto de la comunicación digital para el desempeño de la publicidad y las relaciones públicas
- CT3.1 - Desarrollar la capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el entorno digital desde una actitud responsable.
- HD3.1 - Aplicar las tecnologías digitales al ámbito de la comunicación digital.
- HD3.2 - Analizar y desarrollar productos audiovisuales digitales.
- SC3.1 - Interpretar y valorar los avances tecnológicos digitales para su uso en la comunicación.
- SC3.2 - Desempeñar la comunicación digital atendiendo a su potencial creativo y de calidad.
- CO4.2 - Comprender las estrategias de la comunicación corporativa para su posterior aplicación.
- CT4.1 - Desarrollar capacidad de liderazgo y toma de decisiones en el ámbito de la comunicación corporativa desde una actitud ética.
- HD4.1 - Analizar y desarrollar un plan de comunicación efectivo.
- HD4.2 - Analizar el entorno para su posterior aplicación en las diferentes áreas de la comunicación corporativa.
- SC4.2 - Elaborar correctamente un plan de comunicación adaptado a las necesidades del mercado y la sociedad.
- CO5.2 - Comprender las estrategias y técnicas metodológicas para el acopio de datos contrastados.
- HD5.2 - Analizar y desarrollar trabajos de investigación en comunicación audiovisual de calidad.
- SC5.1 - Interpretar la información y seleccionar técnicas y estrategias adecuadas para obtención de datos científicos propios del ámbito de la comunicación.
- CO6.2 - Comprender el mercado comunicativo y sus oportunidades para la innovación.
- CT6.1 - Desarrollar la capacidad de liderazgo y toma de decisiones de emprendimiento e innovación, desde una actitud ética.
- HD6.2 - Desarrollar las estrategias adecuadas para el emprendimiento y la innovación en publicidad y las relaciones públicas.
- SC6.1 - Identificar e interpretar las oportunidades de emprendimiento en el ámbito de publicidad y las relaciones públicas.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA :

Para cursar esta asignatura son necesarios los conocimientos y competencias adquiridos en las diferentes asignaturas del plan de estudios. Durante la realización de las prácticas externas el estudiante profundizará en los conocimientos, capacidades y actitudes que ha adquirido y desarrollado en su formación universitaria previa. Este vínculo directo con la realidad empresarial/institucional, completará y complementará su formación teórica con la experiencia práctica. A través de estas prácticas, los estudiantes tomarán contacto con una situación laboral real que les facilitará nuevos escenarios de aprendizaje y práctica profesional. Las prácticas externas son un elemento imprescindible del currículum formal del título. La realización de las prácticas y el aprendizaje experiencial que ello conlleva (papel activo y dinamizador del estudiante), dotará al estudiante de las competencias laborales requeridas en la sociedad del conocimiento actual conforme a su perfil profesional, lo que les facilitará tanto la empleabilidad en un mercado laboral competitivo y con nuevas demandas como la mejora en su carrera profesional.

CONTENIDOS MÍNIMOS :

Seminario de presentación.

Periodo de prácticas apoyado en tutorías.

Proceso de evaluación.

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura de prácticas externas incluye el periodo de prácticas y su evaluación. La culminación del desarrollo de los estudiantes del programa de la titulación pasa por la realización de un periodo de prácticas externas en las que poner en juego los conocimientos y habilidades trabajados durante el período de formación. La realización de las prácticas supone para el estudiante la incorporación de experiencia profesional relevante a su currículo vitae sentando las bases que facilitan la inserción laboral y el desarrollo de una carrera profesional exitosa.

Los estudiantes tendrán acceso a la información sobre Prácticas Externas a través **Dulcinea (https://dulcinea.uemc.es/)**y del **aula de la asignatura en OpenCampus**. Estarán presentes en dicha aula, como mínimo, los alumnos matriculados en la asignatura, el tutor académico y el gestor del Servicio de Prácticas en Empresas encargado de las prácticas de la titulación. Allí estará siempre disponible toda la información relevante para el alumno: Guía Docente, Directrices de Organización de las prácticas, modelo de Memoria, FAQ's...

El tutor académico presentará, al inicio del curso, la guía docente de la asignatura a través de una sesión en directo en el aula de la asignatura en OpenCampus. En esa misma sesión, el Servicio de Prácticas en Empresas explicará los procesos y procedimientos para la gestión y tramitación de la documentación necesaria para el desarrollo de las prácticas externas.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los estudiantes tendrán acceso a toda la información sobre Prácticas Externas a través de Dulcinea (https://dulcinea.uemc.es/), portal creado a tal efecto y a través del cual se gestionarán todos los procesos administrativos fijados por el Servicio de Prácticas en Empresas: selección, validación, firma de documentación, entrega de memoria, etc.

Además del acceso al Tutor Académico de Prácticas y al de la Empresa tendrán a su disposición el Servicio de Prácticas en Empresas que les proporcionará el asesoramiento necesario para facilitar y realizar las prácticas externas. Los estudiantes se comunicarán con el Servicio de Prácticas en Empresas a través del correo electrónico (atencion.alumno.practicas@uemc.es) y el teléfono (983 00 1000 Ext. de la 12461 a la 12468).

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA:

El estudiante tendrá como materiales de referencia los recursos y las principales referencias bibliográficas aportadas en cada una de las asignaturas de la titulación que estén directamente relacionadas con el ámbito empresarial/institucional donde realiza las prácticas.

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripcion
UEMC(http://www.uemc.es/p/practicas-academicas-externas) Prácticas académicas externas UEMC
Dulcinea (https://dulcinea.uemc.es) Portal Servicio Prácticas y Empleo UEMC

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

TIPO DE ASIGNATURA :

Práctica

METODOLOGÍAS:

Las prácticas externas se realizan bajo la tutela de la universidad y la coordinación con tutores de centros, instituciones o empresas.
El alumno a través de las prácticas adquiere sus primeras experiencias en un entorno profesional que será el suyo y complementará de forma práctica las competencias adquiridas en la titulación.

MÉTODO DIDÁCTICO:

No aplica

MÉTODO DIALÉCTICO:

Habiéndose formalizado la correspondiente documentación previa (Anexo I o Programa Formativo), el alumno inicia sus prácticas en la empresa o institución. El tutor académico, en su labor de seguimiento de las prácticas, indicará al alumno cómo y cuándo se desarrollarán la/s tutoría/s (al menos una). No obstante, el estudiante puede contactar por correo electrónico con el tutor académico en el momento que quiera. Así mismo, El tutor académico estará en contacto con el tutor de la empresa/institución.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Durante la realización de las prácticas el estudiante ha de ser capaz de:

- Desenvolverse a nivel básico en un entorno de trabajo.
- Integrarse en una estructura organizativa y en un equipo de trabajo.
- Tomar conciencia del funcionamiento del mercado laboral.
- Conocer el funcionamiento operativo de las empresas/instituciones del sector en el que se enmarque la experiencia de prácticas.